
ANALISIS COMPANY CULTURE PADA PT. GLOBAL WELINDO BATAM

Oleh

Antony Sentoso¹, Stefani Woro Asmarani², Benwanto Ardiyano³, Gelasia Gwyneth⁴,
Sherina Romaitho Br Hutagaol⁵, Supriyadi Arifin⁶

Fakultas Ekonomi, Universitas Internasional Batam

E-mail: benwantoardiyano@gmail.com

Article History:

Received: 13-12-2022

Revised: 15-01-2023

Accepted: 26-01-2023

Keywords:

*Dimensions Of Culture,
Biz Culture Style, Biz
Communication, Barrier
In Communicating, Type
Of Corporate Culture*

Abstract: *PT. Global Welindo Batam merupakan bagian dari Golden Group Batam, perusahaan yang berbasis general supplier atau kita ketahui sebagai pemasok berbagai jenis barang yang dibutuhkan oleh pelanggan. PT. Global Welindo Batam berdiri pada bulan November tahun 2014. PT. Global Welindo Batam didirikan oleh seorang direktur yang berasal dari kota Tanjung Balai Karimun, Kepulauan Riau. Teori yang digunakan adalah Dimensions of Culture, Biz Communication, Barrier in Communicating, Type Of Corporate Culture. Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan metode wawancara pada salah satu karyawan PT. Global Welindo Batam. Pada perusahaan Global Welindo Batam ini, pemimpinnya tidak menerapkan culture power distance yang dimana culture tersebut membuat karyawannya seolah-olah menjadi orang lain dan tidak terlalu memiliki hubungan yang dekat. Perusahaan Global Welindo Batam ini juga mempunyai gaya hidup yang lebih bersosialisasi dengan para karyawannya dibandingkan dengan negara barat yang cenderung lebih menyukai hidup sendiri. Perusahaan Global Welindo Batam lebih mengarah ke culture barat karena mempunyai karyawan yang sangat menghargai waktu dimana karyawan absen dengan tepat waktu. Perusahaan Global Welindo Batam lebih mengarah ke family culture dimana culture ini merupakan tipe figur ayah yang kuat dalam memimpin karyawannya untuk jangka panjang Solusi yang dapat diberikan kepada perusahaan Global Welindo Batam adalah harus lebih perdalam lagi hubungan antar karyawan sehingga dapat lebih baik, maju, dan berkembang lebih pesat lagi kedepannya.*

PENDAHULUAN

PT. Global Welindo Batam merupakan bagian dari Golden Group Batam, perusahaan yang berbasis *general supplier* atau kita ketahui sebagai pemasok berbagai jenis barang yang dibutuhkan oleh pelanggan. PT. Global Welindo Batam berdiri pada bulan November tahun 2014. PT. Global Welindo Batam didirikan oleh seorang direktur yang berasal dari kota Tanjung Balai Karimun, Kepulauan Riau.

Pemilik perusahaan ini memiliki keturunan tionghua. Perusahaan ini memiliki beberapa

divisi seperti *sales, sales coordinator, purchasing, accounting, store-man, admin* dan *driver*. Global Welindo Batam memiliki 88 karyawan yang berasal dari berbagai macam kota di Indonesia seperti, kota Batam, Tanjungpinang, Medan, Selatpanjang, Jakarta, dan lain sebagainya. Dari keberagaman asal tersebut, tentu saja PT. Global Welindo Batam memiliki beragam etnis di dalamnya dan Sebagian mayoritas berasal dari etnis tionghua.

PT. Global Welindo Batam memiliki budaya yang selalu diterapkan setiap bulan, yaitu acara internal bulanan yang bertujuan untuk melekatkan seluruh anggota yang ada. Acara ini telah rutin dilakukan dari bulan Mei 2022. Anggota PT. Global Welindo Batam juga selalu merayakan acara keagamaan yang ada, seperti saat puasa, direktur akan membuat acara buka puasa bersama seluruh anggota, termasuk yang menjalani ataupun tidak menjalani ibadah puasa. Kemudian disaat natal, perusahaan juga mengadakan acara dekor dan tukar kado untuk acara natal dan saat imlek, kantor juga mengadakan acara makan Bersama dan mengadakan beberapa tampilan untuk acara imlek.

Acara yang terbaru adalah dilakukan adalah acara nonton Bersama Golden Group, yaitu acara FIFA World Cup. Panitia nya berasal dari karyawan PT. Global Welindo Batam sendiri, dan dibantu oleh beberapa karyawan Golden Group yang terdiri dari Golden Visalux, Golden Hardware, Golden Batam Raya, dan anggota Golden Group lainnya. Dengan diadakannya acara nonton bersama Golden Group, karyawan lain bisa saling mengenal satu sama lain, walaupun berada di perusahaan yang berbeda, menambah atau memperluas koneksi merupakan salah satu dari visi misi PT. Global Welindo Batam untuk karyawannya karena direktur sendiri tidak ingin karyawannya diam di tempat. Direktur merasa akan merasa lebih baik jika karyawannya memiliki koneksi yang luas.

Dari sisi internal, direktur dan karyawan memiliki hubungan yang cukup dekat. Setiap bulan direktur akan makan siang dengan masing-masing divisi, makan siang ini dilakukan untuk mempererat hubungan antara direktur dan karyawan. Direktur tentu saja ingin mengenal karyawannya lebih dekat, hubungan yang erat tentu saja akan membuat karyawan yang bekerja lebih nyaman, dan karyawan bukan hanya bekerja, tetapi bisa saling mengerti antara satu sama lain.

Selain itu, biasanya setiap divisi juga akan merayakan ulang tahun setiap anggota masing-masing divisi. Jadi setiap karyawan yang sudah bekerja genap atau lebih dari satu tahun, akan diberikan jatah masing-masing Rp 350.000,- untuk membeli kue ulang tahun. Tentu saja karyawan yang dibawah satu tahun juga akan kita rayakan ulang tahunnya, tetapi kue tidak disediakan oleh perusahaan, melainkan oleh masing-masing rekan yang peka terhadap sesama.

LANDASAN TEORI

Dimensions of Culture

Geert Hofstede mengembangkan *dimensions of culture* menjadi kerangka komunikasi lintas budaya. Nilai-nilai yang berhubungan dengan perilaku ini menunjukkan efek budaya masyarakat. Menurut Hofstede analisis faktor dimensi budaya didasari dengan membandingkan 4 negara: AS, Cina, Jerman, dan Brasil di 6 dimensi model.

Pada tahun 1967 dan 1973, Hofstede mengembangkan modelnya sebagai hasil analisis faktor membuktikan hasil survei nilai karyawan di seluruh dunia oleh IBM. Ketika model tersebut disempurnakan. Teori Hofstede menyampaikan empat dimensi nilai budaya yang

dianalisis yaitu, individualisme-kolektivisme; penghindaran ketidakpastian, jarak kekuasaan (kekuatan hierarki sosial) dan maskulinitas-feminitas (orientasi tugas pada preferensi budaya yang luas). Hofstede mendasarkan penelitiannya pada preferensi budaya nasional daripada preferensi budaya individu seperti, enam aspek utama dari skala perbandingan negara budaya nasional, termasuk: *The Power Distance Index* (PDI), *Individualism vs. Collectivism* (IDV), *Masculinity vs Femininity* (MAS), *uncertainty avoidance index* (UAI), *long term orientation vs short term normative orientation* (LTO), dan *indulgence vs restraint* (IVR).

- *Power Distance Index* (PDI): diartikan sebagai “institusi dan anggota organisasi yang kurang berkuasa akan menerima dan mengharap bahwa kekuasaan didistribusikan secara tidak merata”.
- *Individualisme vs Collectivism* (IDV): “sejauh mana orang dalam masyarakat diintegrasikan ke dalam kelompok”. Masyarakat yang individualis mempunyai ikatan kurang erat yang mana hanya menghubungkan individu dengan keluarganya.
- *Uncertainty Avoidance* (UAI): diartikan sebagai “toleransi masyarakat terhadap ambiguitas”, yang mana orang menjauhi kejadian yang tidak terduga, tidak diketahui, dan jauh dari status.
- *Masculinity vs Femininity* (MAS): pada maskulinitas diartikan sebagai “preferensi dalam masyarakat untuk berprestasi, ketegasan, serta imbalan materi untuk sukses. Feminitas “preferensi untuk kerja sama, kesopanan, dan kualitas hidup. Wanita dalam masyarakat biasaya memperlihatkan nilai yang berbeda-beda. Dalam masyarakat feminin, berpandangan yang sederhana dan peduli sama dengan laki-laki. Dalam masyarakat maskulin, perempuan sedikit asertif dan kompetitif, tapi lebih sedikit dibandingkan laki-laki.
- *Long-term orientation vs Short-term orientation* (LTO): Dimensi ini berkaitan hubungan masa lalu dengan tantangan atau tindakan sekarang dan masa mendatang. Dari indeks ini (jangka pendek) tingkat yang lebih rendah Tingkat yang lebih rendah dari indeks ini (jangka pendek) memperlihatkan bahwa tradisi dihormati dan dijaga. Dari indeks (jangka panjang) Masyarakat dengan tingkat tinggi dalam Indeks ini (jangka panjang) mempertimbangkan adaptasi dan pemecahan masalah realistis sebagai kebutuhan.
- *Indulgence vs. restraint* (IND): Dimensi ini menunjukkan pada tingkat kebebasan yang diberikan norma masyarakat kepada warga negara dalam memenuhi kebutuhan manusiawi mereka.

Biz Culture Style

Budaya berpengaruh pada perilaku, yang mana mengembangkan kembali manifestasi dari budaya (Peter dan Olson, 1998). Seseorang yang mempunyai perilaku mungkin memandang dan meniru akan dihiraukan oleh individu lainnya. Hal tersebut membuat norma-norma perilaku dan diartikan sebagai bagian dari budaya yang ditampilkan dalam populasi. Tindakan manajemen sebagai sebuah sarana untuk mentransfer nilai-nilai kultural yang didapatkan dalam lingkungan eksternal untuk diambil ke dalam organisasi.

Budaya berpengaruh pada perilaku melalui manifestasi-manifestasinya, seperti yang diterangkan oleh Hofstede, yaitu: *Values, Heroes, Rituals, Symbols*. Itu adalah bentuk-bentuk yang mana secara *cultural* penetapan *knowledge* diungkapkan. Oleh karena itu, setiap budaya grup mengalami manifestasi-manifestasi budaya yang berbeda-beda.”

Menurut Soelaeman, budaya yang berkembang di Asia pada khususnya seperti

Indonesia adalah budaya timur. Sedangkan menurut Tylor, budaya yang berkembang di Eropa dan Amerika adalah budaya barat.

Beberapa perbedaan antara budaya barat dan timur, sebagai berikut :

1. Gaya Hidup
Orang barat biasanya bersifat individualis karena mereka lebih senang hidup sendiri, sedangkan orang timur biasanya lebih senang untuk bersosialisasi.
2. Sopan santun atau tata krama
Orang barat biasanya kurang mengetahui tata krama karena sifatnya yang individualis. Seperti saat berpakaian, orang barat sangat bebas ketika berpakaian, berbeda dengan orang timur yang lebih tau tentang tata krama dan sopan santun. Sehingga mereka biasanya berpakaian sopan dan bisa menyesuaikan pakaian dengan tempat yang ingin didatangi.
3. Mengemukakan pendapat
Dalam mengungkapkan pendapat yang berbeda antara budaya barat dan timur, orang di budaya barat biasanya mengungkapkan pendapatnya secara blak-blakan dan *straight to the point*. Maka dari itu jika kita berkomunikasi dengan orang budaya barat, sebagai orang budaya timur harus dapat menerima kritik dan saran. Berbeda dengan orang budaya timur, seringkali berbelit-belit ketika menyampaikan pendapat.
4. Mengatasi masalah
Saat mengatasi masalah, orang budaya barat biasanya menyelesaikan masalah secara langsung atau *to the point* sehingga masalahnya tersebut langsung terselesaikan. Sedangkan orang budaya timur yang biasanya menghindari masalah daripada mengatasi masalah tersebut.
5. Ketepatan waktu
Budaya barat sudah tidak asing dengan ketepatan waktu berbeda dengan budaya timur biasanya mempunyai kebiasaan tidak tepat waktu. Ketika berbisnis, waktu itu sangatlah penting apalagi untuk *first impression meeting* dengan investor atau klien. Oleh karena itu, kita harus mengurangi kebiasaan tidak tepat waktu saat bertemu dengan orang budaya barat maupun timur.

Biz Communication

Edward T. Hall mengungkapkan sebuah hal yang mendasari teori *individualism* dan *collectivism* adalah teori *High Context Culture & Low Context Culture*. *High context culture* dapat dijumpai pada masyarakat yang menganut budaya kolektif, sedangkan *low context culture* terdapat pada masyarakat yang menganut budaya individual. Edward T. Hall (1973) menjelaskan perbedaan konteks budaya tinggi dan konteks budaya rendah.

- **High Context Culture**

Budaya konteks tinggi ditandai dengan komunikasi konteks tinggi, Edward T. Hall (1976) menyatakan bahwa, Dalam budaya konteks tinggi (seperti di Jepang, Cina, Korea, dan negara-negara Arab), komunikasi sangat bergantung pada makna budaya non-verbal, kontekstual, dan bersama. Dengan kata lain, komunikator konteks tinggi sangat mementingkan segala sesuatu yang mengelilingi pesan eksplisit, termasuk hubungan interpersonal, isyarat non-verbal, dan pengaturan fisik dan sosial. Informasi ditransmisikan tidak hanya melalui kata-kata tetapi juga melalui isyarat non-verbal seperti gerak tubuh, infleksi suara, dan ekspresi wajah, yang dapat

memiliki arti berbeda dalam budaya yang berbeda. Kontak mata, misalnya, yang dianjurkan di Amerika Utara, mungkin memiliki makna yang besar atau dianggap tidak sopan dalam beberapa hal. Makna ditentukan bukan oleh apa yang dikatakan tetapi oleh bagaimana hal itu dikatakan dan bagaimana implikasi sosial seperti status dan posisi komunikator berperan.

- **Low Context Culture**

Komunikator dalam budaya konteks rendah (seperti di Jerman, Skandinavia, dan Amerika Utara) menyampaikan makna mereka secara eksklusif dari konteks situasi. Makna tergantung pada apa yang dikatakan isi literal dari pesan daripada bagaimana hal itu dikatakan. Informasi harus eksplisit dan terperinci agar pesan dapat disampaikan tanpa distorsi.

Komunikator konteks rendah tidak perlu diberi banyak informasi latar belakang, tetapi mereka mengharapkan pesan menjadi profesional, efisien, dan linier dalam logika mereka. Kesimpulan dinyatakan secara eksplisit. Oleh karena itu, berkomunikasi secara efektif dalam budaya ini membutuhkan penyampaian pesan yang dianggap objektif, profesional, dan efisien.

Namun dalam kenyataannya, tidak semua kebiasaan dapat diklasifikasikan sebagai *high context culture* karena sebagian dari kebiasaan itu juga mempunyai kecenderungan yang termasuk dalam *low context culture*. Demikian pula sebaliknya dalam sebuah kebiasaan yang didominasi *low context culture* juga termasuk dalam kategori *high context culture*. *High Context* adalah sebuah pernyataan yang hanya untuk sekedar basa basi atau candaan yang tidak memberi keseriusan, maksudnya adalah *type high context* ini merupakan tipe yang suka berputar-putar dalam memberikan pernyataan sebelum menjelaskan maksud atau arti yang sebenarnya. Sedangkan *Low Context* adalah sebuah pernyataan yang menyatakan langsung perkataan yang tidak mengandung candaan dan langsung menjelaskan arti sebenarnya.

Barrier in Communicating

Menurut jurnal Hambatan Komunikasi Pendamping Sosial (2018) karya Imam Alfi dan Dedi Riyadin Saputro, secara teknis, hambatan adalah hak yang dapat membuat pesan menjadi keliru, baik dari segi pengiriman atau penerimaan pesan.

Hambatan komunikasi merupakan suatu masalah yang terjadi pada saat proses menyampaikan serta menerima pesan antar individu, ini biasanya terjadi karena adanya faktor lingkuhan, fisik, ataupun psikis dari individu yang terlibat. Menurut Irene Silviani dalam buku Komunikasi Organisasi (2020), terdapat 3 bentuk hambatan komunikasi, yaitu sebagai berikut.

- Hambatan teknis

Adalah hambatan yang mempunyai masalah dalam keterbatasan fasilitas dan juga peralatan komunikasi. Contohnya, tidak meratanya perkembangan teknologi, dan adanya kerusakan yang terdapat pada alat komunikasi.

- Hambatan semantik

Adalah hambatan yang terjadi pada saat menyampaikan pesan secara efektif. Hambatan semantik lebih mengarah pada mengungkapkan suatu hal lewat kata-kata dan bahasa. Pada proses komunikasi, hambatan semantik dapat ditafsirkan sebagai pesan yang salah paham dalam mengetahui makna yang disampaikan oleh komunikator.

- Hambatan manusiawi
Adalah hambatan yang terjadi karena faktor-faktor yang diakibatkan oleh manusia seperti, prangsangka pribadi, persepsi, ketidakcakapan, kemampuan atau ketidakmampuan, emosi, dan lain sebagainya.

Type Of Corporate Culture

1. 4 types according to Trompenaars and Wolliam

Fons Trompenaars and the Four Corporate Cultures Trompenaars (1993) berpendapat bahwa budaya perusahaan mencakup model dan standar yang mempengaruhi bagaimana karyawan bertindak, dan pengaturan budaya organisasi tercermin dari budaya perusahaan yang diadopsi perusahaan (Trompenaars & Hampden-Turner 2003:158). Trompenaars mengidentifikasi empat tipe ideal budaya perusahaan: Keluarga, Menara Eiffel, Peluru kendali, dan Inkubator. Keempat jenis tersebut menyarankan berbagai jenis interaksi yang ada antara karyawan dan organisasi mereka.

- ***The Family Culture***

Budaya keluarga adalah budaya yang berorientasi pada kekuatan yang berfokus pada orang dan apa adanya Berdasarkan hierarki (Trompenaars & Hampden-Turner 2003:158). Dalam budaya jenis ini, tipe kepala figur ayah yang kuat memimpin karyawan. Promosi dalam jenis organisasi ini diberikan menurut senioritas dan karyawan memiliki hubungan jangka panjang dengan organisasi, artinya mereka berkomitmen penuh pada organisasi dan kolega senior mereka.

- ***The Eiffel Tower Culture***

Budaya Menara Eiffel adalah budaya berorientasi tugas berdasarkan hierarki juga. Organisasi mengadopsi pembagian kerja yang kaku dan deskripsi pekerjaan yang spesifik. Trompenaars & Hampden-Turner (2003) mendalilkan bahwa mirip dengan Menara Eiffel Paris, jenis organisasi ini lebih mementingkan struktur mereka daripada tujuan bisnis.(2003:166).

- ***The Guide Missile Culture***

Budaya peluru kendali didorong oleh tugas-tugas di mana tujuannya sebagian besar dihargai, tetapi tidak didasarkan pada hierarki (Trompenaars & Hampden-Turner 2003:172). Karyawan di sini diharapkan untuk melakukan semua yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan, meskipun perannya tidak ditetapkan sebelumnya seperti dalam budaya jenis Menara Eiffel.

- ***The Incubator Culture***

Budaya inkubator menghargai pengembangan karyawan. Organisasi dengan budaya inkubator memiliki sedikit struktur dan hierarki minimum (Trompenaars & Hampden-Turner 2003:172). Karyawan menuntut otoritas hanya jika ide mereka memotivasi dan inovatif.

Trompenaars (1993) berpendapat bahwa pada kenyataannya keempat jenis budaya tersebut tidak berdiri sendiri-sendiri. Ini berarti bahwa lebih dari satu jenis budaya mungkin ada dalam suatu organisasi. Mungkin disarankan agar bisnis berhasil, organisasi harus memilih dasar-dasar positif dari empat jenis budaya Trompenaars.

2. Types In General (Biz Practitioner)

- ***Team-First Corporate Culture***

Adalah bisnis yang mempekerjakan orang berdasarkan budaya mereka terlebih

dahulu, dengan keterampilan dan pengalaman di urutan kedua. *Employee engagement* akan menjadi tujuan utama bagi perusahaan dengan budaya ini.

Ikatan dengan tim adalah kesempatan luar biasa untuk memberikan umpan balik; organisasi yang menganut budaya ini akan lebih fleksibel terhadap kehidupan keluarga anggota dan tim. Contoh yang bagus adalah Netflix, yang memberikan cuti dan liburan keluarga tanpa batas. Karyawan memiliki kebebasan untuk memilih apa yang terbaik bagi mereka, dan sebagai gantinya, mereka diharapkan untuk mendedikasikan dirinya pada organisasi.

Perusahaan dengan budaya ini percaya bahwa staf yang bahagia menghasilkan konsumen yang bahagia. Ini adalah budaya yang luar biasa untuk mewakili perusahaan yang berfokus pada pelanggan karena karyawan yang senang dengan pekerjaan mereka secara alami ingin mengungkapkan penghargaan mereka dengan bekerja lebih banyak untuk klien. Ciri perusahaan yang menganut budaya ini adalah setiap karyawan dapat berteman dengan karyawan dari berbagai departemen, dan mereka berinteraksi di luar pekerjaan secara teratur. Organisasi juga dapat memperoleh umpan balik mendalam dari pekerja melalui survei, dan setiap karyawan bangga dengan perusahaan tempat mereka bekerja.

- ***Elite Corporate Culture***

Perusahaan menginginkan pekerja yang tidak hanya mengikuti, tetapi juga memimpin, dan yang inovatif serta berani. Budaya perusahaan elit hanya memilih individu terbaik untuk mendorong inovasi. Kandidat yang sesuai dengan budaya ini percaya diri, berbakat, dan kompetitif.

Perusahaan dengan budaya elit sering mempengaruhi dunia dalam banyak cara. Pelanggan seringkali adalah bisnis lain dengan produk yang tampaknya relevan dan mampu bersaing di lingkungan baru. Perusahaan yang memiliki budaya ini sering disebut sebagai inovator. Contoh yang menarik adalah SpaceX, yang merupakan level berikutnya dari perusahaan inovatif dan cukup baru yang mampu mencapai prestasi besar dalam produksi ruang angkasa dan bahkan transportasi ruang angkasa. Menurut laporan tersebut, staf senang dan puas bahwa mereka telah meluncurkan roket, tetapi diperlukan 60 hingga 70 jam kerja per minggu. Namun, sebagian besar karyawan tetap termotivasi karena mereka menyadari bahwa mereka melakukan pekerjaan yang signifikan dan memiliki potensi untuk membuat sejarah.

Jika tidak diterapkan dengan benar, budaya ini dapat menimbulkan persaingan karyawan dan menekan karyawan untuk selalu terlibat. Beberapa inisiatif, seperti penghargaan rekan kerja, dan kepedulian perusahaan terhadap kesehatan fisik dan emosional karyawan, dapat membantu mengatasi hal ini.

Budaya ini telah dianut oleh suatu perusahaan, yang dapat ditunjukkan jika karyawan tidak takut mempertanyakan hal-hal yang perlu dibenahi dan diperbaiki. Karyawan juga lebih mau mengutamakan pekerjaan dan tidak merasa terbebani saat bekerja berjam-jam. Bakat terbesar akan meningkat dengan cepat dalam karir mereka. Selain itu, organisasi memiliki sejumlah besar pencari kerja yang berkualitas.

- ***Horizontal Corporate Culture***

Dalam budaya horizontal, gelar tidak berarti apa-apa. Budaya ini umumnya digunakan di antara para pemula karena membutuhkan kerja tim yang melibatkan semua orang. Korporasi sangat adaptif terhadap perubahan kondisi pasar, meskipun

dari segi usia, budaya ini biasanya diadopsi oleh organisasi yang relatif muda. Terlepas dari ukuran staf yang kecil, organisasi dapat memberikan layanan pelanggan yang sangat baik karena mereka memahami betapa banyak orang mengandalkan mereka. Posisi tidak terlalu menjadi masalah dalam budaya horizontal, di mana kontak antara direktur dan staf kantor terjadi secara tatap muka di tempat kerja mereka daripada melalui email atau memo. Ini adalah tahap eksperimental di mana risiko diantisipasi dan setiap rekrutmen harus diperiksa.

Kurangnya arah dan tanggung jawab mungkin diakibatkan oleh budaya horizontal ini. Konsekuensinya, pemimpin dituntut untuk membina kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu dan menyampaikan informasi tentang siapa yang bertanggung jawab atas apa. Budaya horizontal tidak menyiratkan kurangnya struktur organisasi. Rekan tim terlibat dalam mendiskusikan ide produk baru di ruang istirahat, yang merupakan salah satu keunggulan perusahaan yang menganut budaya ini. Setiap karyawan tetap harus melakukan tugas apapun. CEO juga yang menyiapkan kopinya. Dan korporasi masih perlu meyakinkan orang yang skeptis tentang nilai produk tersebut.

- ***Conventional Corporate Culture***

Bisnis tradisional seringkali memiliki hierarki yang jelas, tetapi sebagian besar masih mengatasi kurva pembelajaran untuk berkomunikasi melalui media baru. Pada kenyataannya, perusahaan dengan budaya ini memiliki beberapa standar, seperti cara berpakaian formal. Selain itu, organisasi berkonsentrasi pada jumlah dan pengambilan keputusan yang menghindari risiko. Bank lokal dan dealer mobil, misalnya, mencontohkan karakteristik ini. Pelanggan tidak selalu benar, sehingga pengecualian tetap disukai untuk bisnis. Perusahaan dengan budaya ini, bagaimanapun, dapat berubah lebih cepat dengan mudah akibat era digital. Mode komunikasi baru, seperti media sosial dan perangkat lunak, juga populer. Pembatasan dapat menjadi peluang pembelajaran dan pengembangan yang sangat baik, selama manajemen tidak menolaknya. Teknologi kantor baru umumnya bukan prioritas manajemen dalam organisasi ini.

General Electric adalah ilustrasi yang menarik karena mereka relatif konvensional dan terkenal dengan prosedur manajemen *cut-and-dry* mereka. Namun, perusahaan baru-baru ini meninggalkan penilaian kinerja tradisional demi diskusi yang lebih teratur antara manajemen dan staf, dan bahkan telah meluncurkan aplikasi untuk membantu mengaktifkan umpan balik. Ini adalah contoh yang sangat baik dari perusahaan sekolah lama yang merangkul teknologi dan perubahan. Pendekatan normal dalam budaya ini relatif berumur pendek dan memberikan sedikit ruang untuk inspirasi atau eksperimen, yang dapat menyebabkan kurangnya kegembiraan atau kebencian dari karyawan karena dikelola secara mikro. Membuat pekerja memahami tujuan perusahaan lebih dalam juga dapat mempengaruhi kepercayaan diri karyawan untuk bekerja ke arah itu, bahkan jika skenario terburuknya adalah mereka dapat menolaknya.

- ***Progressive Corporate Culture***

Ketidakpastian adalah elemen yang menentukan budaya transisi. Merger, akuisisi, dan pergeseran pasar semuanya dapat berkontribusi pada budaya progresif.

Dalam hal ini, perusahaan seringkali memiliki tanggung jawab yang lebih besar untuk menanggapi dan mengkomunikasikan visi kepada karyawan. Ketidakpastian adalah aspek yang menentukan dari budaya progresif karena karyawan seringkali tidak tahu apa yang harus diantisipasi selanjutnya.

Namun, dalam posisi ini, korporasi dapat menggunakan perubahan penting untuk menentukan tujuan atau misi baru organisasi dan mengatasi masalah pekerja yang paling mendesak. Hal terbaik yang dapat dilakukan perusahaan untuk mencegah karyawan pergi adalah mengelola ekspektasi dan menangani rumor melalui komunikasi yang berkelanjutan. Perubahan bisa menakutkan, tetapi juga bisa bermanfaat, seperti yang dibuktikan oleh karyawan yang cerdas. Mereka akan melihat perubahan sebagai kesempatan untuk mengembangkan dan mencoba hal-hal baru. Akuisisi Whole Foods oleh Amazon senilai \$13,7 miliar adalah contoh perusahaan yang masih dalam proses transisi. Sementara Wall Street memandang akuisisi sebagai mimpi yang menjadi kenyataan, benturan antara mentalitas berbasis data Amazon dan budaya pemberdayaan Whole Foods menghasilkan mimpi buruk. Sebaliknya, pembelian Pixar dan Marvel oleh Disney memberi perusahaan persentase box office yang lebih tinggi serta pengakuan atas manajemen perubahan yang baik. Jadi perbedaannya adalah Disney mengambil upaya untuk menentukan tunjangan mana yang paling penting bagi pekerja barunya, berjanji untuk mempertahankan tunjangan tersebut, dan kemudian mewujudkan komitmen tersebut.

Karyawan mungkin mengalami kecemasan sebagai akibat dari budaya progresif. Setiap perubahan dalam manajemen, betapapun bermanfaatnya, tidak selalu dipandang baik. Komunikasi sangat penting dalam mengatasi masalah ini. Ini juga merupakan kesempatan bagus untuk mendengar masukan dan masalah karyawan, serta membuat personel puncak tetap termotivasi.

Karyawan yang bebas membicarakan pesaing dan potensi akuisisi merupakan indikasi perusahaan dengan budaya progresif. Perusahaan memiliki tingkat perputaran yang tinggi, dan fluktuasi pasar berdampak pada profitabilitas perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Sugiono (2005), penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang mendalami tentang fenomena sosial dari pandangan partisipan. Sederhananya, penelitian yang dilakukan untuk menganalisis situasi atau kondisi pada objek penelitian. Terdapat metode dalam penelitian kualitatif, yaitu

1. Metode wawancara adalah metode atau teknik untuk mengumpulkan data yang menunjukkan bahwa peneliti sebagai pewawancara untuk mengajukan pertanyaan kepada narasumber sebagai subjek yang diwawancarai (Surya, 2016). Menurut Muslihudin, Andriyanti, Mukodimah, & Informasi (2018), metode wawancara adalah sebuah metode atau teknik untuk mengumpulkan data dengan bertatap muka secara langsung dengan narasumber dengan tujuan untuk memperoleh informasi atau data yang diperlukan. Pada artikel ini menggunakan metode wawancara dengan tujuan untuk memperoleh informasi atau data mengenai PT. Global Welindo Batam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tidak setiap semua perusahaan yang berada di setiap negara ini mempunyai karakteristik yang sama, karena negara-negara lain juga memiliki *culture* nya sendiri. Pada perusahaan Global Welindo Batam ini, pemimpinnya tidak menerapkan *culture power distance* yang dimana *culture* tersebut membuat karyawannya seolah-olah menjadi orang lain dan tidak terlalu memiliki hubungan yang dekat. Pemimpin perusahaan ini sangat bagus karena dia sangat dekat dengan karyawannya dan juga sering mengadakan kegiatan bersama di hari besar seperti yang dikatakan sebelumnya pada saat berbuka puasa diadakannya acara berbuka bareng bersama semua karyawan perusahaan tersebut. Beda dengan pemimpin yang menerapkan *culture power distance* karena pemimpin yang menerapkan *culture* ini merasa dirinya sudah mempunyai derajat yang tinggi dan memiliki sifat yang sombong. Pemimpin yang mempunyai *culture power distance* juga sering menuntut karyawannya untuk selalu mengerjakan tugas yang pemimpin itu inginkan serta harus dapat mengejar target yang telah ditetapkan, oleh karena itu karyawan yang mempunyai pemimpin seperti ini sangat tertekan dan tidak termotivasi.

Perusahaan Global Welindo Batam ini juga mempunyai gaya hidup yang lebih bersosialisasi dengan para karyawannya dibandingkan dengan negara barat yang cenderung lebih menyukai hidup sendiri. *Culture* gaya hidup ini juga sangat bagus dikarenakan jika perusahaan sedang ada masalah atau ada suatu hal yang membuat perusahaan tersebut merasa tidak bisa diselesaikan, maka ada perusahaan lain yang dapat membantu agar masalah tersebut dapat diatasi dengan baik. Sosialisasi juga sangat penting bagi karyawan perusahaan agar dapat menjalani hubungan yang baik dan mempererat hubungan tersebut serta dapat saling membantu antar satu sama lain. Perusahaan Global Welindo Batam juga mempunyai tata krama atau sopan santun dimana para karyawannya mengenai pakaian yang tertutup dan terlihat lebih sopan dibandingkan dengan *culture* negara barat yang dimana pakaiannya lebih menuju ke arah yang terbuka dan tidak terlihat sopan. Tata krama ini sangat penting bagi perusahaan karena jika terjadi pertemuan dengan para perusahaan-perusahaan lain atau yang bekerja sama dengan perusahaan Global Welindo Batam, ini akan menjadi hal yang baik karena dapat membantu perusahaan untuk lebih menjadi perusahaan yang maju dan banyak perusahaan lain yang merasa perusahaan Global Welindo Batam merupakan perusahaan yang mempunyai tata Krama yang sangat bagus dan baik.

Perusahaan Global Welindo Batam lebih mengarah ke *culture* barat karena mempunyai karyawan yang sangat menghargai waktu dimana karyawan absen dengan tepat waktu. Perusahaan juga memberikan bonus absen terhadap karyawan yang rajin datang tepat waktu dan tidak pernah tidak masuk sama sekali dalam 1 bulan kerja. Ini memotivasi karyawan agar semangat terus dalam bekerja, perusahaan juga harus menghargai waktu karena pada saat pertemuan rapat dengan perusahaan lain perusahaan Global Welindo Batam wajib hadir dengan tepat waktu supaya perusahaannya di anggap baik. Dibandingkan dengan perusahaan lain yang cenderung tidak tepat waktu dan bermalas-malasan dalam bekerja sehingga menyebabkan perusahaan dapat jatuh karena tidak menghargai waktu dan bersikap suka bebas. Perusahaan Global Welindo Batam juga tidak suka terhadap perkataan yang maknanya disembunyikan, perusahaan ini lebih suka dengan yang terbuka tanpa ada yang ditutupi. Perusahaan Global Welindo Batam masuk ke dalam *culture Low Context Culture* dimana *culture* ini terus terang dalam menyampaikan hal-hal yang ada.

Hambatan juga tidak selalu terjadi kepada perusahaan Global Welindo Batam karena perusahaan ini sangat membantu karyawannya dalam hal-hal yang tidak mampu dikerjakan oleh beberapa karyawan yang lain. Selain membantu, perusahaan ini juga membimbing karyawannya agar dapat terus berkembang dan lebih maju lagi serta sebagai sesama karyawan pun juga ada yang ikut membantu. Perusahaan Global Welindo Batam lebih mengarah ke *Family Culture* dimana *culture* ini merupakan tipe figur ayah yang kuat dalam memimpin karyawannya untuk jangka panjang. Karyawan perusahaan Global Welindo Batam juga sangat berkomitmen terhadap pemimpinnya, dan juga perusahaan ini menjalankan bisnis yang mementingkan kepentingan karyawannya juga seperti memberikan kebebasan. Kebebasan yang diberikan juga diharapkan agar karyawan juga dapat berdedikasi penuh terhadap organisasinya sehingga adanya *win-win solution* antar karyawan dengan perusahaan.

Solusi yang dapat diberikan kepada perusahaan Global Welindo Batam adalah harus lebih perdalam lagi hubungan antar karyawan sehingga dapat lebih baik, maju, dan berkembang lebih pesat lagi kedepannya. Dan juga terus kembangkan gaya hidup yang lebih berakhlak dan sopan serta dapat menghormati satu sama lain tanpa memandang rendah. Karyawan perusahaan Global Welindo Batam juga lebih terbuka lagi dan berterus terang dalam menghadapi masalah yang ada sehingga tidak terjadinya hambatan-hambatan yang membuat perusahaan semakin terpuruk dan jatuh. Perusahaan Global Welindo Batam juga dapat membangun *family culture* yang lebih baik lagi dibandingkan sebelumnya karena *family culture* ini sangat penting bagi perusahaan dan juga para karyawan agar dapat menjalin hubungan yang lebih harmonis.

PENUTUP

Kesimpulan

Perusahaan Global Welindo Batam merupakan perusahaan yang sangat memperhatikan karyawannya dan juga membangun sebuah hubungan yang dipererat dengan lebih baik lagi. Tidak hanya itu, perusahaan Global Welindo Batam juga mempunyai tata krama dan sopan santun terhadap perusahaan lainnya serta terbuka dan tidak menyembunyikan apapun terkait permasalahan yang ada. *Culture* ini bukan hanya diterapkan terhadap perusahaan lain melainkan diterapkan juga kepada karyawan perusahaan Global Welindo Batam, perusahaan ini pun bisa dibilang jarang terjadinya hambatan-hambatan yang dapat menyebabkan masalah serius. Perusahaan ini juga tidak terlalu mengikat karyawannya untuk dikerja paksa melainkan memberikan keuntungan terhadap karyawannya.

DAFTAR REFERENSI

- [1] _ Asmawiyah, 'Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan', *Movere Journal*, 1.2 (2019), 150-63
<<https://doi.org/10.53654/mv.v1i2.57>>
- [2] Agustina, Feri, Zulfikar Adi Syahputra, and De Rosal Ignatius Moses Setiadi, 'Helm Pintar Berbasis Arduino Pro Mini Untuk Mendeteksi Kecelakaan', *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 11.2 (2021), 352-62
<<https://doi.org/10.24176/simet.v11i2.5414>>
- [3] Arun, Korhan, Nesli Kahraman Gedik, Olcay Okun, and Cem Sen, 'Impact of Cultural

- [1] Values on Leadership Roles and Paternalistic Style from the Role Theory Perspective', World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 17.3 (2020), 422–40 <<https://doi.org/10.1108/WJEMSD-10-2020-0128>>
- [4] Cacciattolo, Karen, 'Cacciattolo - Understanding Organisational Cultures', European Scientific Journal, 2.November (2014), 1–7
- [5] Henrik, Henrik, and Deli Deli, 'Perancangan Video Dokumenter Makanan Tradisional China Menggunakan Metode Pembelajaran Demonstrasi Dan Wawancara', Journal of Information Systems and Technology, 2.1 (2021), 1–21 <<https://journal.uib.ac.id/index.php/joint/article/view/4422/1147>>
- [6] Ii, B A B, A Deskripsi Teori, Pengertian Pemahaman, and Konsep Matematika, 'Landasan Teori' لاَ إِلاَّ بِجَعِّ عَفَرَ يَكِي مَقْلَخِ يَكَوْ لَبٍ لِأَيَّانَ فَوَلَّى لَوْ وَفَّافًا لَا يُلَايِلُ إِرْلَإِ رَسَالَتِهِ نَوَيْكَ رَرَأَى لِوَ 35–15, 2010, بَصَّ يَكِسْ
- [7] Indrawati, Indrawati, and Muthmainah Muthmainah, 'Dampak Gaya Pengasuhan Budaya Barat Dan Timur Terhadap Perkembangan Anak', Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, 6.4 (2022), 3147–59 <<https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i4.2230>>
- [8] 'Konferansbildiringilizce'
- [9] Leung, Kwok, Rabi S. Bhagat, Nancy R. Buchan, Miriam Erez, and Cristina B. Gibson, 'Culture and International Business: Recent Advances and Their Implications for Future Research', Journal of International Business Studies, 36.4 (2005), 357–78 <<https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400150>>
- [10] Maiti, and Bidinger, 'Hambatan Komunikasi', Journal of Chemical Information and Modeling, 28.1 (2018), 1–3 <[http://repository.uin-suska.ac.id/13786/7/7.BAB II_2018142PSI.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/13786/7/7.BAB%II_2018142PSI.pdf)>
- [11] Nakata, Cheryl, and Elif Izberk-Bilgin, 'Culture Theories in Global Marketing: A Literature-Based Assessment', Beyond Hofstede: Culture Frameworks for Global Marketing and Management, 2009, 61–77 <<https://doi.org/10.1057/9780230240834>>
- [12] 'No Title'
- [13] ———— <<https://blog.unnes.ac.id/suparno/2015/11/12/budaya-timur-vs-budaya-barat/>>
- [14] Soares, Ana Maria, Minoo Farhangmehr, and Aviv Shoham, 'Hofstede's Dimensions of Culture in International Marketing Studies', Journal of Business Research, 60.3 (2007), 277–84 <<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.10.018>>
- [15] Zaitunah, Anita, and S Hut, 'Manajemen Indonesia: Perpaduan Manajemen Barat Dan Timur Serta Budaya Tradisional', Digitized by USU Digital Library, 1987, 2002, 1–7